

基于感性叙事的赛珍珠文化元素优选与应用

蒋驷驹, 卢章平, 李明珠, 黄黎清
(江苏大学 艺术学院, 江苏 镇江 212000)

摘要: **目的** 探究感性叙事理念在文创产品设计研究中的可行性。**方法** 首先对提取于文本的赛珍珠文化元素进行相关度调研, 筛选出具有高相关度的赛珍珠文化元素, 然后构建赛珍珠文化元素评判指标, 邀请相关人员对评判指标进行重要度评价, 将评价结果导入 SPSS 进行因子分析, 获得评判因素公因子并计算权重系数集。其次以公因子为评判指标, 对赛珍珠文化元素进行专家评价, 根据评价结果计算各文化元素的隶属度矩阵。以隶属度矩阵与因素权重系数集为基础, 应用模糊评价法计算赛珍珠文化元素的综合评价价值, 并通过降序排序优选出符合用户感性需求的赛珍珠文化元素。最后以优选的赛珍珠文化元素为叙事要素, 进行赛珍珠文创产品叙事设计, 并对设计成果进行评价。**结果** 根据设计评估结果显示, 优选的赛珍珠文化元素设计效果较好, 形成的赛珍珠文创产品用户满意度较高, 具有良好用户反馈。**结论** 经感性叙事研究形成赛珍珠文创产品, 能够更大程度地获得用户的感性认同, 由此证明感性叙事理念在文创产品设计研究中的可行性。

关键词: 文化创意产品; 感性叙事; 赛珍珠; 文化元素

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2022)14-0375-08

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2022.14.046

Selection and Application of Pearl S. Buck's Cultural Elements Based on Kansei Narrative

JIANG Si-ju, LU Zhang-ping, LI Ming-zhu, HUANG Li-qing
(Art College of Jiangsu University, Jiangsu Zhenjiang 212000, China)

ABSTRACT: This paper aims to explore the feasibility of applying Kansei narrative concepts in the design of cultural and creative products. First, a correlation survey is conducted on the Pearl S. Buck's cultural elements extracted from the text, and the Pearl S. Buck's cultural elements with high relevance are screened out. Then the Pearl S. Buck's cultural element evaluation index is constructed, relevant personnel is invited to evaluate the importance of the evaluation index, the evaluation result is imported into SPSS for factor analysis, the common factor of the evaluation factor is obtained and the weight coefficient set is calculated. After that, the common factor is used as the evaluation index to conduct expert evaluation on the cultural elements of Pearl S. Buck, and the membership matrix of each cultural element is calculated based on the evaluation results. Then, based on the membership degree matrix and the factor weight coefficient set, the fuzzy evaluation method is used to calculate the comprehensive evaluation value of Pearl S. Buck's cultural elements, and the Pearl S. Buck's cultural elements that meet the perceptual needs of users are selected by descending order. Finally, with the optimal Pearl S. Buck's cultural elements as narrative elements, the narrative design of Pearl S. Buck's cultural and creative products is carried out, then the design results are evaluated. The design evaluation results show that the design effect of preferred Pearl S. Buck's cultural elements is better, and the formed Pearl S. Buck cultural and creative products have high user satisfaction and good design results feedback. The Kansei narrative research has formed Pearl S. Buck's cultural and creative products, which can obtain users' perceptual identity to a greater extent, thus proving the feasibility of applying the Kansei narrative concept in cultural and creative product design research.

KEY WORDS: cultural and creative products; Kansei narrative; Pearl S. Buck; cultural elements

收稿日期: 2022-02-17

作者简介: 蒋驷驹 (1995—), 男, 硕士, 主要研究方向为工业设计、文化创意设计。

通信作者: 卢章平 (1958—), 男, 博士, 教授, 主要研究方向为工业设计、计算机图形学、计算机辅助设计。

叙事即叙述故事,是人以主观意识讲述事物的行为。20 世纪 30 年代,前苏联文学界结合当时文学创造手法中的结构主义提出了叙事学概念。90 年代,叙事学概念从文学领域延展到设计领域,形成了一种新的设计指导形式——叙事设计^[1]。叙事设计是将语言、符号、情景、环境等依托于产品形成叙述性效果的设计方式,其通过赋予产品叙事性功能,提升产品的用户体验,从而达到设计优化和改良的目的^[2]。当前,叙事设计经历了学科的融合与发展,诞生了新的内容。感性叙事是将叙事设计引入感性工学领域的一种尝试。1986 年,马自达汽车集团前会长山本建一率先提出“感性工学”一词^[3],随后日本长町三生教授将其定义为“以顾客定位为向导的产品开发技术,是一种将顾客感受和意向转换为设计要素的翻译技术”^[4]。由此,奠定了感性工学的理论基础。而感性叙事是一种将感性工学与叙事设计融合应用的方法,其以感性工学为基础,将叙述的事物以定量或半定量的形式进行感性评价,以此获得符合用户感性需求的叙事要素,然后再进一步进行叙事设计^[5]。

该研究以感性叙事为理论基础,通过对赛珍珠文化元素进行一系列的感性评价与分析,优选出符合公众期待的赛珍珠文化元素,以此作为叙事要素,进行赛珍珠文创产品叙事设计。

赛珍珠是著名的畅销书作家,是美国首位同时获得诺贝尔文学奖和普利策小说奖的女作家,她曾在中国度过了数十年,被称为“一座沟通中西方文明的人桥”^[6]。

一般而言,文创产品的叙事设计主要是将设计对象的文化特性附着于产品之上,以产品叙述文化,达到文化感染用户的效果。法国学者罗兰·巴特曾提出:“历史即话语”,其代表的后现代史学家认为历史即叙事,历史的形成即是时间对事物的述说^[7]。由此,文化作为历史的凝结,也即是叙事的结晶,故文创产品的叙事设计实则是对文化的叙事,是对文化的一种传递。赛珍珠文化元素来自赛珍珠相关的人物、事迹、生平、著作等,其代表的就是赛珍珠所创造的历史文化。因此,赛珍珠文化元素既是历史文化的凝结,也

是叙事的主体,应用感性叙事对赛珍珠文化元素进行评价,是通过公众对赛珍珠文化的一种选择,是文化传播的优胜劣汰。

1 研究框架

该研究将围绕赛珍珠文化元素进行一系列的感性评价与应用。赛珍珠文化元素以短文本的形式存在,其来自于赛珍珠相关的文献、资料和社交数据等,这些数据都是通过文本挖掘^[8]和自然语言处理^[9]获得。由于通过自然语言处理获取的文化元素数量庞大,其中包含许多与赛珍珠有关但认可度较低的内容,因此需要对文化元素进行相关度评价,筛选出与赛珍珠有高相关性且认可度高的文化元素,以待后续研究。

1) 成立焦点小组。从赛珍珠文化元素优选的角度出发,对赛珍珠文化元素进行感性推论,构建赛珍珠文化元素关联性评价指标,邀请工业设计相关人员对评判指标与评判因素进行重要度评价。评判因素是评判指标的详细说明,通过对关联性评判指标的重要度评价,获得各评判指标的重要性分布,再将评价结果导入 SPSS 进行因子分析。经过 KMO 值和 Bartlett's 检验明确评判因素存在公因子,运用主成分分析法^[10]提取公因子,同时计算各公因子的因子权重,建立因子权重系数集。在完成上述研究后,将公因子作为评价条件,以矩阵量表的形式对赛珍珠文化元素进行专家评价。评价结束后统计评价结果,根据每位专家对文化元素的评分,构建各文化元素的隶属度矩阵。最后根据隶属度矩阵与因子权重系数集,应用模糊评价法^[11]计算各文化元素的综合得分,以降序排序的方式优选出综合得分最高的一部分赛珍珠文化元素。

2) 将优选的赛珍珠文化元素作为叙事要素进行叙事设计。参照赛珍珠数据合集,查阅优选叙事要素的文化内涵并进行详尽的叙事说明,根据叙事说明思考文化内涵的艺术化表现形式,将文化内涵的艺术化表现与产品载体进行有机融合,最终形成叙述赛珍珠文化内涵的赛珍珠文创产品。具体研究流程见图 1。

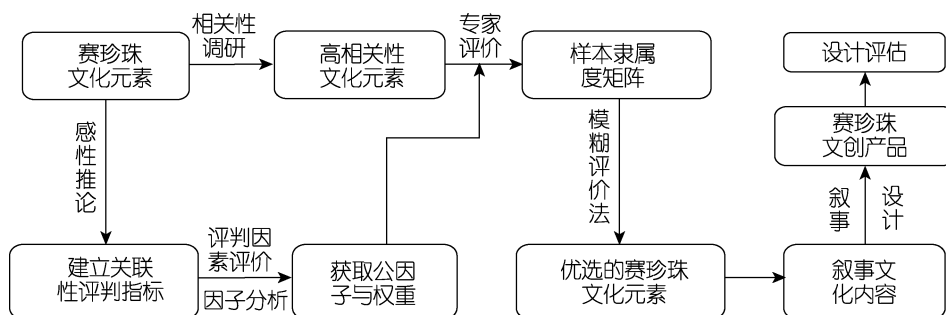


图 1 研究框架

Fig.1 Research framework

2 文化元素优选流程

2.1 文化元素获取与相关度筛选

赛珍珠文化元素提取于线上和线下双向采集的赛珍珠数据资料。首先,应用网络爬虫工具^[12]搜集人民网、中国新闻网、凤凰网等主流新闻网站,以及微博、微信公众号等社交媒体中发布的赛珍珠相关文本资料与社交数据;其次,在 CNKI 中采集高被引量的赛珍珠相关学术文献共计 30 篇,文献类型涵盖赛珍珠著作解读、赛珍珠生平事迹评论、赛珍珠与中国的关联性和赛珍珠相关思想解析等多方面内容;再次,设计访谈提纲,以电话访谈的形式采访十位镇江市赛珍珠社科应用研究的评审专家,记录访谈内容并转换为文本数据;最后,将上述数据资料整合为赛珍珠数

据合集,应用自然语言处理工具提取蕴含其中的赛珍珠文化元素^[13],共提取赛珍珠文化元素 470 余项。

在获取赛珍珠文化元素的基础上,对其进行相关度评价。首先设计“赛珍珠文化元素相关度调查问卷”,以多选题配合李克特量表的形式,将赛珍珠文化元素全部录入调查问卷中,当受访者选中其认为具有相关性的赛珍珠文化元素时,可对该文化元素进行相关度 5 级量表评价;然后针对该调查问卷,邀请 20 位对赛珍珠具有较高认知度的研究者进行赛珍珠文化元素相关性问卷调查,统计调查结果,并计算各文化元素的选中频次与相关度平均值;最后根据统计结果的整体水平,优化具有相关性的文化元素,筛选出选中频次大于等于 14 且相关度平均值大于 4.5 的高相关性赛珍珠文化元素,共计 57 项,见表 1。

表 1 高相关性赛珍珠文化元素
Tab.1 Highly relevant Pearl S. Buck cultural elements

57 项赛珍珠文化元素				
赛珍珠	王龙	赛兆祥	阿兰	布克
凯丽	王妈	孔先生	中国	美国
镇江	南京	宿州	青山农场	《大地》
《我的几个世界》	《龙种》	《流亡者》	《分家》	《儿子们》
《大地》三部曲	《东风·西风》	《战斗的天使》	诺贝尔文学奖	土地
翻译	创作	普利策奖	收养	基督教
赛珍珠基金会	赛珍珠故居	东西方协会	欢迎之家	崇实女子中学
镇江赛珍珠纪念馆	传教士	异乡人	博爱	著名作家
人桥	国际友人	大爱	社会活动家	女权主义者
慈善家	多产作家	抗日战争	冷战	尼克松访华
童年时代	一九七三年	人道主义	文化交流	文化差异
四海之内皆兄弟	跨文化			

2.2 文化元素评判指标构建

招募具有文创产品设计经验的研究生成立 5 人焦点小组,对赛珍珠文化元素优选策略进行感性推论。以“为了实现赛珍珠文化元素优选,需要考虑哪些方面”为论点进行感性推论,得出结果为需要从载体适应、文化表达、用户感知 3 个角度考虑赛珍珠文化元素的优选策略。同理,以“为了达到载体适应的目的,需要考虑哪些评判指标”为论点进行推论,得出结论为需考虑载体匹配、载体融合和融合效果等指标,依次对文化表达与用户感知 2 个角度进行推论,分别得出从文化表达角度需考虑表现性、象征性和表达效果等指标。从用户感知角度需考虑印象性、理解力和亲和度等指标,对各评判指标进行进一步推论,分别得出各指标的感性评判因素。具体构建内容见图 2。

2.3 因子分析与因素权重

根据上述构建的赛珍珠文化元素评判指标,进行

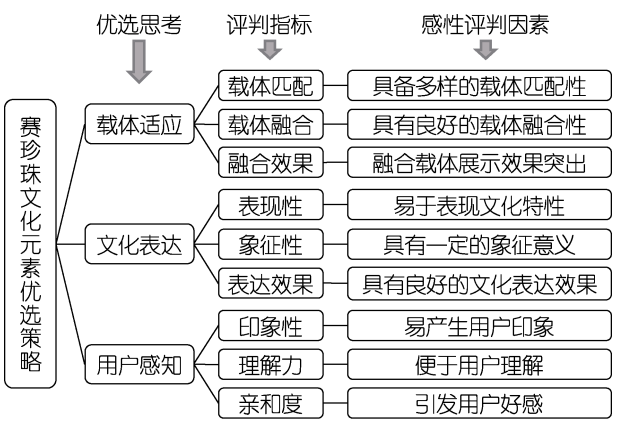


图 2 赛珍珠文化元素的感性评判指标推论
Fig.2 Inference of perceptual evaluation index of Pearl S. Buck cultural elements

评判指标与评判因素的重要度分析。设计“赛珍珠文化元素评判指标重要度调查问卷”,将赛珍珠文化元素评判指标与评判因素作为调查目标。以李克特量表的形式进行问卷设计,邀请 10 位工业设计老师作为

专家组, 30 位工业设计研究者作为市场组, 对赛珍珠文化元素评判指标与评判因素进行重要度评价并统计评价结果。将统计结果导入 SPSS (Statistical Product Service Solutions) 进行 KMO (Kaiser Meyer Olkin) 值和 Bartlett 球形检验, KMO 统计量是用于比较变量间简单相关系数和偏相关系数的指标, Bartlett 球形检验用于检验相关系数矩阵是否适合进行因子分析。根据检验结果发现评价结果的 KMO 值为 0.720, 大于 0.6, 数据具有偏相关性, 而 Sig (Significance) 为 0, 小于 0.01, 说明数据又具有独立性。同时可靠性检验结果为 0.799, 说明赛珍珠文化元素评价指标的相关数据矩阵间存在公因子, 适合进行因子分析降维^[14]。随后采用主成分分析法提取公因子, 输出碎石图, 并以最大方差法正交旋转成分矩阵。由图 3 可见, 前 4 个因子特征值都大于 1, 且第 1 个因子处于大陡坡, 后 3 个因子处于小陡坡, 而其余因子逐渐趋于平缓, 因此可提取前 4 个因子作为公因子^[15]。

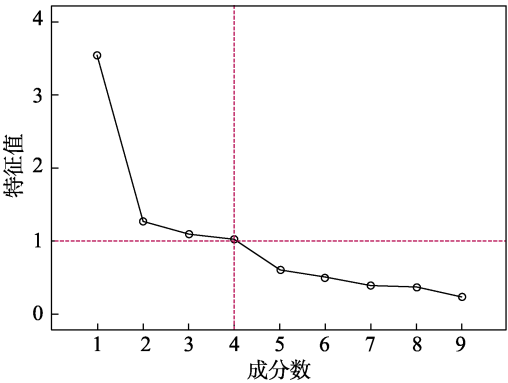


图 3 赛珍珠文化元素评判指标碎石图
Fig.3 Crushed stone diagram of Pearl S. Buck's cultural element evaluation index

根据正交旋转因子载荷矩阵, 分析出前 4 个公因子的累计方差贡献率达到 76.848%, 信息损失量小于 25%, 因子的提取效果与解释能力均较为理想。对 4 个公因子进行定义, 其中第 1 个公因子 Y_1 主要与用户

的情绪感知有关, 定义为用户感染力因素; 第 2 个公因子 Y_2 主要与产品载体展现有关, 定义为设计成品期待因素; 第 3 个公因子 Y_3 主要与文化元素的艺术表现有关, 定义为艺术表现性; 第 4 个公因子 Y_4 主要与文化表现性和适应性有关, 定义为文化显著性因素, 具体分析见表 2。对公因子的得分系数进行计算, 即各公因子方差百分比占累计方差贡献率的比重, 得到 4 个公因子的因素权重系数集 $W = \{0.512Y_1, 0.183Y_2, 0.158Y_3, 0.147Y_4\}$ ^[16]。

2.4 文化元素优选

将经过相关度调研的赛珍珠文化元素作为研究对象, 横向对应文化元素内容, 分别将其记为 $S_1, S_2, S_3, S_4, \dots, S_{56}, S_{57}$, 定义 4 个公因子为感性因素集 U , 即 $U = \{\text{用户感染力, 设计成品期待, 艺术表现性, 文化显著性}\}$, 同时定义感性评语集 $V = \{\text{非常符合, 很符合, 一般符合, 不符合, 非常不符合}\}$, 并赋值 $V = (5, 4, 3, 2, 1)$, 随后设计“赛珍珠文化元素感性评价问卷”, 按顺序将每个文化元素进行图文并茂的详解。以感性因素集为评判指标, 感性评语集为打分机制, 邀请专家组、焦点小组成员对各赛珍珠文化元素进行打分, 再根据打分结果, 构建各赛珍珠文化元素的隶属度矩阵 R 。隶属度是指评价某因素属于 V_i 的人数占总评价人数的比重, 以下是各赛珍珠文化元素的隶属度矩阵。

$$R_1 = \begin{bmatrix} 0 & 0 & 0.07 & 0.13 & 0.80 \\ 0 & 0 & 0.13 & 0.20 & 0.67 \\ 0 & 0.07 & 0.13 & 0.20 & 0.60 \\ 0 & 0 & 0 & 0.27 & 0.73 \end{bmatrix}$$
$$R_2 = \begin{bmatrix} 0 & 0.07 & 0.20 & 0.27 & 0.47 \\ 0 & 0.07 & 0.07 & 0.20 & 0.67 \\ 0 & 0.13 & 0.13 & 0.33 & 0.40 \\ 0 & 0 & 0.07 & 0.33 & 0.60 \end{bmatrix} \dots$$

表 2 赛珍珠文化元素评判因素因子分析表
Tab.2 Factor analysis of the judgement factors of Pearl Buck cultural elements

公因子	评价因子	因子载荷	方差百分比/%	累计方差贡献率/%
用户感染力	易产生用户印象	0.848	39.353	39.353
	便于用户理解	0.643		
	能引发用户好感	0.831		
设计成品期待	具有良好的载体融合性	0.802	14.080	53.434
	融合载体的展示效果突出	0.677		
	具有一定的象征意义	0.792		
艺术表现性	具有良好的艺术表现效果	0.853	12.132	65.566
文化显著性	具备多样化的载体匹配性	0.745	11.282	76.848
	易于表现文化特性	0.861		

$$R_{56} = \begin{bmatrix} 0 & 0.07 & 0.13 & 0.40 & 0.40 \\ 0.07 & 0.07 & 0.13 & 0.33 & 0.40 \\ 0.07 & 0.07 & 0.07 & 0.33 & 0.47 \\ 0 & 0.07 & 0.13 & 0.27 & 0.53 \end{bmatrix}$$
$$R_{57} = \begin{bmatrix} 0 & 0.07 & 0.13 & 0.20 & 0.60 \\ 0 & 0.07 & 0.13 & 0.33 & 0.47 \\ 0 & 0.07 & 0.20 & 0.27 & 0.47 \\ 0 & 0.07 & 0.13 & 0.33 & 0.47 \end{bmatrix}$$

$R_1, R_2, R_3, \dots, R_{56}, R_{57}$ 有序对应 $S_1, S_2, S_3, \dots, S_{56}, S_{57}$ 。

在上述隶属度矩阵 R 与因素权重系数集 W 的基

础上，计算文化元素模糊综合评价集 B ，即 $B = R \times W$ 。以下为各文化元素模糊综合评价集。

$$B_1 = R_1 \times W = (0, 0.01, 0.08, 0.18, 0.73)$$
$$B_2 = R_2 \times W = (0, 0.07, 0.15, 0.27, 0.51) \dots$$
$$B_{56} = R_{56} \times W = (0.02, 0.07, 0.12, 0.36, 0.43)$$
$$B_{57} = R_{57} \times W = (0, 0.07, 0.14, 0.25, 0.53)$$

根据模糊综合评价集 B 与感性评语集 V ，计算各文化元素的综合评价值 G ，即 $G = B \times V$ ，见表 3。然后将各文化元素按综合评价值进行降序排序，得到综合评价值靠前的文化元素就是符合用户感性需求的文化元素，优选的赛珍珠文化元素见表 4。

表 3 赛珍珠文化元素综合评价值
Tab.3 Comprehensive evaluation value of Pearl S. Buck cultural elements

文化元素	综合评价值 G	文化元素	综合评价值 G
S_1 赛珍珠	$G_1 = B_1 \times V = 4.63$	S_2 王龙	$G_2 = B_2 \times V = 4.23$
S_3 赛兆祥	$G_3 = B_3 \times V = 3.93$	S_4 阿兰	$G_4 = B_4 \times V = 4.51$
S_{56} 四海之内皆兄弟	$G_{56} = B_{56} \times V = 4.11$	S_{57} 跨文化	$G_{57} = B_{57} \times V = 4.26$

表 4 赛珍珠文化元素综合评价值排序
Tab.4 Ranking of comprehensive evaluation values of Pearl S. Buck cultural elements

文化元素	G	文化元素	G	文化元素	G	文化元素	G	文化元素	G
S_1	4.63	S_{20}	4.39	S_6	4.27	S_{47}	4.18	S_{55}	4.03
S_{32}	4.63	S_9	4.39	S_5	4.27	S_{17}	4.18	S_{13}	4.00
S_{21}	4.59	S_{29}	4.37	S_{39}	4.26	S_{37}	4.18	S_3	3.93
S_{24}	4.58	S_{14}	4.36	S_{57}	4.26	S_{31}	4.16	S_{34}	3.88
S_{41}	4.56	S_{27}	4.36	S_{22}	4.24	S_{43}	4.14	S_{38}	3.88
S_{11}	4.56	S_{18}	4.36	S_{28}	4.24	S_{52}	4.14	S_{46}	3.86
S_4	4.51	S_{53}	4.36	S_{23}	4.24	S_7	4.14	S_{44}	3.84
S_{16}	4.48	S_{25}	4.36	S_2	4.23	S_{50}	4.14	S_{45}	3.76
S_{15}	4.47	S_{12}	4.32	S_{40}	4.22	S_{54}	4.13	S_{49}	3.76
S_{30}	4.44	S_8	4.28	S_{42}	4.19	S_{51}	4.12		
S_{19}	4.42	S_{26}	4.28	S_{10}	4.19	S_{56}	4.11		
S_{36}	4.40	S_{48}	4.28	S_{35}	4.18	S_{33}	4.07		

根据上述赛珍珠文化元素综合评价值排序可知， S_1 赛珍珠、 S_{32} 赛珍珠故居、 S_{21} 《大地》三部曲、 S_{24} 诺贝尔文学奖，依次为综合评价值最高的 4 项赛珍珠文化元素。最后将 4 项文化元素作为赛珍珠叙事要素，进行后续的赛珍珠文创产品叙事设计。

3 文创产品叙事设计

赛珍珠文创产品叙事设计是将赛珍珠文化内涵以产品载体的形式进行描绘述说的过程。通过产品与文化的有机结合，赛珍珠文创产品获得了叙事赛珍珠文化内涵的能力，使产品的使用者能够获取与认知赛

珍珠的文化内容，达到文化传递和情绪转达的作用，从而进一步加强用户对产品与文化的感性认可。

3.1 设计实践

根据以上研究获取的赛珍珠叙事要素，进行赛珍珠文创产品的叙事设计。首先，对上述 4 项赛珍珠叙事要素进行叙事内容解读，查阅赛珍珠数据合集，将叙事要素所包含的文化信息进行精确又具有特征性的表述，然后针对叙述内容进行创意化的表达，形成既具有艺术性又适用于文创产品的设计元素。最后将设计元素与产品载体进行有机融合，形成能够叙事赛珍珠文化内容的文创产品，具体过程见表 5。

表 5 赛珍珠文创产品叙事设计流程图
Tab.5 Narrative design flow chart of Pearl S. Buck's cultural and creative products

赛珍珠叙事要素	叙事文化内容	设计元素	设计成品
赛珍珠	赛珍珠是美国第 1 位同时获得诺贝尔文学奖和普利策小说奖的女作家，她曾在中国生活数十年，书写了诸多中国题材小说		见图 4
赛珍珠故居	赛珍珠故居主要指位于江苏镇江的赛珍珠故居，赛珍珠曾在此居住了 18 年，度过了人生的幼年、童年和少年		见图 5
《大地》三部曲 ^[17]	《大地》三部曲由《大地》《儿子们》《分家》组成，是赛珍珠的诺贝尔文学奖和普利策小说奖双获奖作品，它描绘了传统中国农民祖孙三代充满传奇的故事		见图 6
诺贝尔文学奖	1938 年赛珍珠凭借中国农民题材小说《大地》获得了当时的诺贝尔文学奖，成为了首位获得诺贝尔文学奖的美国女作家 ^[18]		见图 7



图 4 赛珍珠创意笔架
Fig.4 Pearl S Buck's creative penholder



图 5 赛珍珠故居徽章
Fig.5 Pearl S Buck's house badge



图 6 赛珍珠“大地三部曲”书签
Fig.6 Pearl S Buck's "the Earth Trilogy" bookmark



图 7 赛珍珠创意办公夹
Fig.7 Pearl S Buck's creative office folder

3.2 设计评估与结论

为验证优选所得的赛珍珠文化元素在文创产品叙事设计中能否满足用户的感性需求,对设计实践的成果进行感性评估。邀请 10 位专家组成员和 10 位赛珍珠研究者进行设计评估,从用户感染力、设计成品期待、艺术表现和文化显著性等 4 个角度对赛珍珠文创产品进行李克特量表 5 级满意度评价,统计评分结果显示见表 6。4 款赛珍珠文创产品的各项评价指标平均值均超过满意度 4.0,说明设计成果的用户满意度较高,符合用户的感性需求。

表 6 赛珍珠文创产品满意度评估表
Tab.6 Satisfaction evaluation of Pearl Buck's cultural and creative products

指标	赛珍珠 创意笔架 平均值	赛珍珠 故居徽章 平均值	赛珍珠 “大地三 部曲”书签 平均值	赛珍珠 创意办公 夹平均值
用户感染力	4.30	4.35	4.50	4.05
设计成品期待	4.15	4.40	4.55	4.00
艺术表现性	4.20	4.25	4.45	4.00
文化显著性	4.30	4.30	4.40	4.05

由此可见,优选获得的赛珍珠文化元素在进行叙事设计后,所产出的赛珍珠文创产品符合用户的情感化需求,证明了感性叙事理论在文创产品设计中能够发挥出优化选择、精确用户感性需求的作用。

4 结语

感性叙事是感性工学理论的衍生,是叙事设计与感性工学在设计领域的一次融合创新。将感性叙事理论应用于文创产品设计研究,不仅能够量化研究用户对设计对象的感性需求,而且能够结构化设计流程,提高文创产品的设计效率与产出,然而感性叙事理论虽具有一定的优越性,但仍存在着一些不足。如感性叙事在研究过程中需要对不同人群进行多次深入调研,涉及人群数量较大。因此在人员招募的问题上会遭遇较多的阻碍。面对此类问题,在后续的感性叙事发展中可依据具体情况适当简化研究流程,尽量减少用户调研的次数,或者可加强对调研人群的认知培训,减少调研对象的招募频次。相信经过不断地改进与优化,感性叙事将会更加贴近现实的设计实践活动,最终成为文创产品设计研究中直面用户感性需求的重要研究方法。

参考文献:

[1] 郑皓华, 齐瑞文. 基于叙事设计的办公产品情趣化设计研究[J]. 包装工程, 2014, 35(20): 118-121.

ZHENG Hao-hua, QI Rui-wen. The Temperament Design of Office Products Based on the Narrative Design[J]. Packaging Engineering, 2014, 35(20): 118-121.

[2] 赵淑华, 张力丽. 博物馆文创产品叙事性设计方法[J]. 美术大观, 2016(5): 102-103.

ZHAO Shu-hua, ZHANG Li-li. Narrative Design Method of Museum Cultural and Creative Products[J]. Art Panorama, 2016(5): 102-103.

[3] 长町三生. 感性工学: 一种新的人机学顾客定位的产品开发技术[J]. 《国际人机工程》周刊, 1995, 15: 3-11.

NAGAMACHI. Kansei Engineering: A New Ergonomics Customer Positioning Product Development Technology[J]. "International Ergonomics" Weekly, 1995, 15.

[4] 万露, 林丽, 曹翀, 等. 感性叙事为导向的文创产品概念设计方法[J]. 包装工程, 2020, 41(10): 157-162.

WAN Lu, LIN Li, CAO Chong, et al. Kansei Narrative Oriented Conceptual Design Method for Cultural and Creative Products[J]. Packaging Engineering, 2020, 41(10): 157-162.

[5] 张黎. 设计学的想象力: 叙事、直觉与讲故事[J]. 南京艺术学院学报(美术与设计), 2015(4): 59-65.

ZHANG Li. Imagination of Design Studies: Narrative, Tuition and Storytelling[J]. Journal of Nanjing Arts Institute (Fine Arts & Design), 2015(4): 59-65.

[6] 张雯雯, 许鑫. 文本挖掘工具述评[J]. 图书情报工作, 2012, 56(8): 26-31.

ZHANG Wen-wen, XU Xin. Review of Text Mining Tools[J]. Library and Information Service, 2012, 56(8): 26-31.

[7] 郭艳华, 周昌乐. 自然语言理解研究综述[J]. 杭州电子工业学院学报, 2000, 20(1): 58-65.

GUO Yan-hua, ZHOU Chang-le. The Summary of Natural Language Understanding[J]. Journal of Hangzhou Institute of Electronic Engineering, 2000, 20(1): 58-65.

[8] 李小胜, 陈珍珍. 如何正确应用 SPSS 软件做主成分分析[J]. 统计研究, 2010, 27(8): 105-108.

LI Xiao-sheng, CHEN Zhen-zhen. Correctly Using SPSS Software for Principal Components Analysis[J]. Statistical Research, 2010, 27(8): 105-108.

[9] 邢权兴, 孙虎, 管滨, 等. 基于模糊综合评价法的西安市免费公园游客满意度评价[J]. 资源科学, 2014, 36(8): 1645-1651.

XING Quan-xing, SUN Hu, GUAN Bin, et al. The Satisfaction of Free Park Visitors in Xi'an Based on Fuzzy Comprehension Evaluation[J]. Resources Science, 2014, 36(8): 1645-1651.

[10] 孙立伟, 何国辉, 吴礼发. 网络爬虫技术的研究[J]. 电脑知识与技术, 2010, 6(15): 4112-4115.

SUN Li-wei, HE Guo-hui, WU Li-fa. Research on the Web Crawler[J]. Computer Knowledge and Technology, 2010, 6(15): 4112-4115.

[11] 蒋驷驹, 卢章平, 李明珠. 基于大数据挖掘的赛珍珠

- 文化元素提取与应用[J]. 包装工程, 2021, 42(22): 337-346.
- JIANG Si-ju, LU Zhang-ping, LI Ming-zhu. Extraction and Application of Pearl S Buck's Cultural Elements Based on Big Data Mining[J]. Packaging Engineering, 2021, 42(22): 337-346.
- [12] 程序, 关永刚, 张文鹏, 等. 基于因子分析和支持向量机算法的高压断路器机械故障诊断方法[J]. 电工技术学报, 2014, 29(7): 209-215.
- CHENG Xu, GUAN Yong-gang, ZHANG Wen-peng, et al. Diagnosis Method on the Mechanical Failure of High Voltage Circuit Breakers Based on Factor Analysis and SVM[J]. Transactions of China Electrotechnical Society, 2014, 29(7): 209-215.
- [13] 林海明, 杜子芳. 主成分分析综合评价应该注意的问题[J]. 统计研究, 2013, 30(8): 25-31.
- LIN Hai-ming, DU Zi-fang. Some Problems in Comprehensive Evaluation in the Principal Component Analysis[J]. Statistical Research, 2013, 30(8): 25-31.
- [14] 王美超, 林丽, 万露, 等. 基于感性语义模糊因子评价的图案设计源码特征集筛选[J]. 图学学报, 2019, 40(6): 1048-1055.
- WANG Mei-chao, LIN Li, WAN Lu, et al. Feature Set Selection of Pattern Design Source Code Based on Perceptual Semantic Fuzzy Factor Evaluation[J]. Journal of Graphics, 2019, 40(6): 1048-1055.
- [15] 刘海平. 赛珍珠与中国[J]. 外国文学评论, 1998(1): 110-119.
- LIU Hai-ping. Pearl Buck and China[J]. Foreign Literature Review, 1998(1): 110-119.

责任编辑: 陈作

(上接第 319 页)

- [16] 游增良, 施茂枝. 让识字教学回归常识[J]. 语文建设, 2019(6): 4-10.
- YOU Zeng-liang, SHI Mao-zhi. Let Literacy Teaching Return to Common Sense[J]. Language Planning, 2019(6): 4-10.
- [17] 周德藩. 谈识字教育的科学化[J]. 中国教育学刊, 2015(7): 3.
- ZHOU De-fan. On the Scientization of Literacy Education[J]. Journal of the Chinese Society of Education, 2015(7): 3.
- [18] 李晓静, 张奕民. 儿童认知机制视域下的 AR 童书出版研究[J]. 出版发行研究, 2018(12): 46-48.
- LI Xiao-jing, ZHANG Yi-min. Research on AR Children's Book Publishing from the Perspective of Children's Cognitive Mechanism[J]. Publishing Research, 2018(12): 46-48.
- [19] 李吉林. 为儿童学习构建情境课程[J]. 中国教育学刊, 2016(10): 4-7.
- LI Ji-lin. Constructing Situational Curriculum for Children's Learning[J]. Journal of the Chinese Society of Education, 2016(10): 4-7.
- [20] 乔爱玲, 王陆, 李瑶, 等. 不同教师群体教学行为的差异性研究[J]. 电化教育研究, 2018, 39(4): 93-100.
- QIAO Ai-ling, WANG Lu, LI Yao, et al. Research on Differences of Teaching Behaviors of Different Teacher Groups[J]. e-Education research, 2018, 39(4): 93-100.

责任编辑: 马梦遥

(上接第 353 页)

- [25] SAYED Z, UGAIL H, PAKMER I, et al. Parameterized Shape Grammar for N-fold Generating Islamic Geometric Motifs[C]// 2015 International Conference on Cyberworlds. New York: IEEE Press, 2015: 79-85.
- [26] 黄朝斌, 顾琛. 乡村振兴与非物质文化遗产的创造性转化——以木雕工艺为例[J]. 中南民族大学学报(人文社会科学版), 2019, 39(6): 50-54.
- HUANG Chao-bin, GU Chen. Rural Revitalization and Creative Transformation of Intangible Cultural Heritage—Taking Nuo Carving as an Example[J]. Journal of South-Central University for Nationalities (Humanities and Social Sciences), 2019, 39(6): 50-54.
- [27] 王家飞. 基于跨界打造非遗文化创意产品的设计研究[J]. 包装工程, 2019, 40(22): 253-259.
- WANG Jia-fei. Creative Intangible Cultural Heritage Products Based on Crossover[J]. Packaging Engineering, 2019, 40(22): 253-259.
- [28] 丁俊, 丁诗瑶. 黔东南传统工艺现代转化的协同设计研究[J]. 包装工程, 2020, 41(24): 286-293.
- DING Jun, DING Shi-yao. Co-design of Modern Transformation of Southeast Guizhou's Traditional Craft[J]. Packaging Engineering, 2020, 41(24): 286-293.

责任编辑: 马梦遥